

## DAFTAR PUSTAKA

- Appadurai, Arjun. (1989). *The Social Life of Things*. Cambridge: Cambridge University Press.
- \_\_\_\_\_. (2005). *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, Jean., *et al.* (1988). *Jean Baudrillard Selected Writings*. Stanford: Stanford University Press.
- Barker, Chris. (2004). *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Bantul: Kreasi Wacana.
- \_\_\_\_\_. (2004). *The Sage Dictionary of Cultural Studies*. London: Sage Publications Ltd.
- Barthes, Roland. (1972). *Mhytologies*. New York: Hill and Wang.
- \_\_\_\_\_. (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Petualangan Semiologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Blackler, Florence Bergeaud., *et al.* (2016). *Halal Matters: Islam, Politics, and Markets in Global Perspective*. Oxon: Routledge.
- Bogdan, R.C & Biklen SK. (1992). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Ally and Bacon.
- Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction: A Sosial Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Brown, Blain. (2016). *Cinematography: Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Chaney, David. (1996). *Lifestyle*. New York: Routledge.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dyer, Gillian. (1982). *Advertising as Communication*. London: Methuen & Co Ltd.
- Durham, Meenakshi G & Kellner, Douglas M. (2001). *Media and Cultural Studies Keywords (Revised Edition)*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Fealy, Greg & White, Sally. (2008). *Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia dalam Expressing Islam*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Gurevitch, Michael., *et al.* (1982). *Culture, Society, and the Media*. London: Methuen & Co Ltd.
- Gardner, Carl & Sheppard, Julie. (1989). *Consuming Passion: The Rise of Retail Culture*. London: Unwin & Hyman.
- Giddens, Anthony. (1991). *Modernity and Self Identity*. Cambridge: Polity Press.
- \_\_\_\_\_. (2006). *Modernity and Self Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Halim, Syaiful. (2013). *Postkomodifikasi Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, Idi S., *et al.* (1997). *Ecstasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Bandung: Penerbit Mizan.
- \_\_\_\_\_. & Akhmad, Bachruddin A. (2014). *Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- \_\_\_\_\_ & Iriantara, Yosol. (2017). *Komunikasi yang Mengubah Dunia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Janmohammed, Shelina. (2017). *Generation M: Generasi Muda Muslim dan Cara Mereka Membentuk Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Jones, Carla. (2007). *Fashion and Faith in Urban Indonesia: Fashion Theory*. United Kingdom: Oxford International Publisher.
- Karim, Muchith A. (2013). *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*. Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan Badan Litbang dan Diiklat Kementerian Agama RI.
- Kitiarsa, Patta., et al. (2008). *Religious Commodifications in Asia (Marketing Gods)*. Oxon: Routledge.
- Littlejohn, Stephen W & Foss, Karen A. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Manan, Siti Khadijah Ab., e al. (2016). *Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry*. Singapore: Springer Science+Business Media.
- Marx, Karl. (1976). *Capital: A Critique of Political Economy Vol 1*. London: Penguin.
- Meehan, Eileen R. (2005). *Why TV is Not Our Fault*. Lanham Maryland: Rowman and Littlefield.
- McQuail, Dennis. (2010). *Mass Communication Theory 6<sup>th</sup> edition*. London: Sage Publication.
- Morton, Jill. (1997). *A Guide to Color Symbolism*. London: Colorcom.
- Mosco, Vincent. (2009). *The Politic Economy of Communication Second Edition*. London: Sage Publications Ltd.
- \_\_\_\_\_. (1996). *The Politic Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage Publications Ltd.
- Piliang, Yasraf Amir. (2010). *Dunia yang Dilipat*. Bandung: Matahari.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*. Jakarta: Penerbit Mizan Publika.
- Priyatna, Aquarini. (2018). *Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Penerbit CV Arti Bumi Intaran.
- Rahardjo, Dawam. (2002). *Ensiklopedi Al-Qur'an: Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: Paramadina.
- Ringrow, Helen. (2016). *The Language of Cosmetics Advertising*. London: Palgrave Macmillan.
- Rokhmansyah, Alfian. (2014). *Studi dan Pengkajian Sastra: Perkenalan Awal Terhadap Ilmu Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rakhmani, Inayah. (2016). *Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity, and the Middle Class*. London: Palgrave Macmillan.
- Simon, During. (1993). *The Cultural Studies*. London: Routledge.
- Smith, Philip. (2001). *Cultural Theory: An Introduction*. Oxford & Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Striani, Dominic. (1995). *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.
- Storey, John. (2017). *Theories of Consumption*. Oxon: Routledge.

- Thompson, Roy & Bowen Christopher. (2009). *Grammar of the Shot Second Edition*. Oxford: Focal Press.
- Wasko. Janet., *et al.* (2011). *The Handbook of Political Economy of Communications*. New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Davis, Creston., *et al.* (2005). *Theology and the Political: The New Debate*. Durham: Duke University Press.
- Williamson, Judith. (1978). *Decoding Advertisements (Ideology and Meaning in Advertising)*. London: Marion Boyars Publishers Ltd.

### Penelitian:

- Ayu, Chika Cintia. (2017). *Strategi Komunikasi Brand Wardah Kosmetik dalam Memasarkan Produk Kosmetik Halal*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Adinugraha, Hendri H & Sartika M. (2019). *Halal Lifestyle di Indonesia*. Jurnal An-Nisbah Ekonomi Politik. Vol 5 (2). 57-81.
- Aziz, Nurul IA & Ahmad, Fadzila A. (2018). *The Halal Lifestyle of Muslim Working Women*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. Vol 8 (5). 1138-1147.
- Baharuddin, Kasmarini *et al.* (2015). *Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. Vol 5 (2). 170-180.
- Belk, W Russell., *et al.* (2003). *The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion*. Journal of Consumer Research Inc. Vol 30. 326-351.
- Hidayanti, Melda., *et al.* (2018). *Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim*. Prosiding Seminar Nasional ASBIS. 303-313.
- Hjavar, Stig. (2008). *The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*. Nordicom Review (2). 105-134.
- Jati, Wasisto Raharjo. (2016). *Memaknai Kelas Menengah Muslim Sebagai Agen Perubahan Sosial Politik Indonesia*. Jurnal Al-Tahrir. Vol 6 (1). 133-151.
- KA, Wani. (2016). *Commodification of Women in Advertising: The Social Cost*. Journal of Entrepreneurship & Organization Management. Vol 5 (1). 1-3.
- Meehan, Eileen. (1984). *Ratings and the Institutional Approach: A Third Answer to the Commodity Question*. Critical Studies in Mass Communication. Vol 1 (2). 216-225.
- Munnik, Michael B. (2017). *Brand Islam: The Marketing and Commodification of Piety*. Journal of Contemporary Religion. Vol 32 (2). 335-336.
- Munshi, Shoma. (1997). *“Women of Substance”: Commodification and Fetishization in Contemporary Advertising within the Indian “Urbanscape” (1)*. Journal of Social Semiotics. Vol 7 (1). 37-51.
- Murdock, Graham & Golding, Peter. (2016). *Political Economy and Media Production: A Reply to Dwyer*. Journal of Media, Culture, & Society. Vol 38 (5). 763-769.

- Puranda, Nindy R & Madiawati PN. (2017). *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. Jurnal Bisnis dan Iptek. Vol 10 (1). 25-36.
- Sudibyo, Agus. (2000). *Absennya Kajian Ekonomi Politik Media di Indonesia*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol 4 (2). 115-134.
- SP, Yan Shifa Novia. (2017). *Komodifikasi Pesan-Pesan Dakwah Melalui Konten Iklan di Media Sosial (Analisis Semiotika Visual Pada Konten Iklan Akun Instagram @beraniberhijrah)*. Tesis, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Utama, Wildan S. (2015). *Incorporating Spirituality and Market: Islamic Sharia Business and Religious Life in Post-New Order Indonesia*. Masyarakat Jurnal Sosiologi. Vol 20 (2). 113-137.
- Syahrela, Riza. (2006). *Representasi Gaya Hidup dalam Iklan Televisi (Analisis Wacana: Iklan Kosmetik di Televisi)*. Tesis, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Piliang, Yasraf A. (2004). *Iklan, Informasi, atau Simulasi?: Konteks Sosial dan Kultural Iklan*. Jurnal Mediator . Vol 5 (1). 63-73.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks*. Jurnal Mediator . Vol 5 (2). 189-198.
- Wahyu, Triana Sari. (2018). *Citra yang Dipertontonkan: Representasi Identitas Perempuan Ideal Masa Kini dalam Iklan Televisi Wardah Kosmetik*. Tesis, Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Widyarini & Kartini, Fitri. (2014). *Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol 9 (1). 83-94.

#### **Internet:**

- Adstensity. (2019). *Compare Brand*. Diakses pada tanggal 10 Juli 2019 dari <http://www.adstensity.com/service/compare>
- Armenia, Resty. (2017). *Punya Pasar Khusus, Film Bernapaskan Islam Bakal Tetap Laku*. Diakses pada tanggal 7 November 2019 dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20170611020615-220-220870/punya-pasar-khusus-film-bernapaskan-islam-bakal-tetap-laku>
- Avisena, Ilham M. (2019). *Industri Keuangan Syariah Indonesia Peringkat Pertama Dunia*. Diakses pada tanggal 3 November 2019 dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/266060-industri-keuangan-syariah-indonesia-peringkat-pertama-dunia>
- CNN Indonesia. (2019). *Seluruh Produk Wajib Sertifikasi Halal Mulai 17 Oktober 2019*. Diakses pada tanggal 4 November 2019 dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190410200121-92-385139/seluruh-produk-wajib-sertifikasi-halal-mulai-17-oktober-2019>

- CNN Indonesia. (2019). *Penyebaran Stagnan, RI Peringkat 1 Keuangan Syariah Global*. Diakses pada tanggal 7 November 2019 dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20191018122546-78-440645/penyebaran-stagnan-ri-peringkat-1-keuangan-syariah-global>
- Dwijayanto, Andy. (2018). *Wardah Masih Jadi Kontributor Utama Pendapatan Paragon Technology and Innovation*. Diakses pada tanggal 10 Juli 2019 dari <https://industri.kontan.co.id/news/wardah-masih-jadi-kontributor-utama-pendapatan-paragon-technology-and-innovation>
- Gumiwang, Ringkang. (2019). *Di Balik Tren Masuknya Para Artis ke Industri Kosmetik*. Diakses pada tanggal 10 Juli 2019 dari <https://tirto.id/di-balik-tren-masuknya-para-artis-ke-industri-kosmetik-ecFW>
- Hasanuddin, Ali. (2017). *Pasar Kelas Menengah Muslim yang Menggiurkan*. Diakses pada tanggal 20 Desember 2019 dari <https://tirto.id/pasar-kelas-menengah-muslim-yang-menggiurkan-cmw6>
- Kartikawati, Eny. (2018). *Kisah Sukses CEO Wardah dari Bisnis Rumahan Jadi Perusahaan Multinasional*. Diakses pada tanggal 11 Agustus 2019 dari <https://wolipop.detik.com/work-and-money/d-3924986/kisah-sukses-ceo-wardah-dari-bisnis-rumahan-jadi-perusahaan-multinasional>
- KumparanNews. (2019). *Menag: MUI Masih Punya Wewenang Tentukan Halal Tidaknya Produk*. Diakses pada tanggal 8 November 2019 dari <https://kumparan.com/kumparannews/menag-mui-masih-punya-wewenang-tentukan-halal-tidaknya-produk-1s4Ct52HTxm>
- KumparanStyle. (2019). *Wardah Ajak Perempuan Tingkatkan Minat Baca Anak-Anak Indonesia*. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2019 dari <https://kumparan.com/kumparanstyle/wardah-ajak-perempuan-tingkatkan-minat-baca-anak-anak-indonesia-1550564156970059440>
- Kemenperin. (2013). *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2019 dari <https://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>
- LPPOM MUI. (2015). *Menyoal Iklan Produk Halal*. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2019 dari <http://www.halalmui.org/mui14/main/detail/menyoal-iklan-produk-halal>
- \_\_\_\_\_. (2020). *Kosmetik Halal, Cara Optimal untuk Cantik Luar Dalam*. Diakses pada tanggal 20 Februari 2020 dari <http://www.halalmui.org/mui14/main/detail/kosmetik-halal-cara-optimal-untuk-cantik-luar-dalam>
- Nielsen. (2014). *Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa*. Diakses pada tanggal 10 Juli 2019 dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa/>
- OJK. (2019). *Statistik Perbankan Syariah*. Diakses pada tanggal 5 November 2019 dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>
- Oktaviani, Zahrotul. (2018). *Jamaah Umrah Terus Meningkat, Apa Penyebabnya?*. Diakses pada tanggal 7 November 2019 dari <https://www.republika.co.id/berita/jurnal-haji/berita-jurnal>



- [haji/18/12/15/pjr2vr313-jamaah-umrah-terus-meningkat-apa-penyebabnya](#)
- Paragon Innovation. (2019). *The History of Paragon*. Diakses pada tanggal 25 Agustus 2019 dari <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>
- Sah. (2018). *Masyarakat Sadar Bersolek, Industri Kosmetik Naik 20 Persen*. Diakses pada tanggal 10 Juli 2019 dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20180320094246-92284360/masyarakat-sadar-bersolek-industri-kosmetik-naik-20-persen>
- Sulaiman, Reza M & Rachmawati, D. (2019). *Sejarah Panjang Kosmetik Halal Indonesia Bersama Wardah*. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2019 dari <https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah>
- Suryani, Irma. (2016). *Perjuangan Nurhayati Subakat Demi Wardah*. Diakses pada tanggal 10 Juli 2019 dari <https://www.dream.co.id/lifestyle/cerita-nurhayati-subakat-angkat-wardah-jadi-kosmetik-halal-per-161007j.html>
- Widowati, Hari. (2019). *Tumbuh 13% Belanja Iklan Televisi Tembus Rp. 100 Triliun Tahun 2018*. Diakses pada tanggal 10 Juli 2019 dari <https://katadata.co.id/berita/2019/01/11/tumbuh-13-belanja-iklan-televisi-tembus-rp-110-triliun-tahun-2018>
- Wardah Beauty. (2018). *TV Commercial Wardah Perfect Bright Moisturizer*. Diakses pada tanggal 20 Juni 2019 dari [https://www.youtube.com/watch?v=zmmNvDEN\\_I](https://www.youtube.com/watch?v=zmmNvDEN_I)
- \_\_\_\_\_. (2019). *Wardah Heart to Heart with Dewi Sandra-Episode 1: Ayana Jihye Moon*. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2019 dari [https://www.youtube.com/watch?v=6vjag\\_8Djg8](https://www.youtube.com/watch?v=6vjag_8Djg8)
- \_\_\_\_\_. (2019). *Produk*. Diakses pada tanggal 25 Agustus 2019 dari <https://www.wardahbeauty.com/>
- Yulia, Lady. (2015). *Halal Lifestyle Makin Mendunia*. Diakses pada tanggal 16 Februari 2020 dari <https://bimasislam.kemenag.go.id/post/opini/halal-lifestyle-makin-mendunia>
- Yuswohady. (2016). *Indonesian Middle Class Muslim*. Diakses pada tanggal 13 Januari 2020 dari <https://www.slideshare.net/yuswohady/indonesia-middle-class-muslim>
- \_\_\_\_\_. (2019). *Marketing to the Middle Class Moslem*. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2019 dari <https://www.yuswohady.com/2014/07/06/marketing-to-the-middle-class-moslem/>